Agriculture and Agri-Food Canada
Agriculture et Agroalimentaire Canada

Market & Industry Services Branch
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés

Sub-sector Profile

March, 1998

Canada

102-07322/

THE CANADIAN DAIRY PROCESSING INDUSTRY

The dairy processing sub-sector is composed of two components -- (SIC 1041) which includes the processing of farm gate milk into packaged fluid milk and cream products, and yoghourt; and (SIC 1049) which involves processing milk into other dairy products such as butter, ice cream, cheese and milk powders.

INTRODUCTION

Dairy processing in Canada has followed the same rationalization process as most other food and beverage processing industries with a trend toward fewer but larger firms and plants operated by fewer people. In dairy processing, this concentration of the industry into fewer hands has occurred as a result of a significant amount of merger and takeover activity and a maturing demand in the Canadian market for dairy products.

Developed countries like Canada have traditionally regulated and protected their dairy industries, with the principal objective of supporting dairy farmer incomes. In the case of most E.U. countries following World War II, there was the additional goal of self-sufficiency in food production including dairy products. In Canada, since the 1930s, dairy policy has gradually evolved into a comprehensive supply management system consisting of production quotas, price regulations, subsidies and import restrictions. These measures involve both federal and provincial levels of government.

Implementation of dairy policies in some industrialized nations, particularly the European Union (E.U.) and the United States (U.S.), led to surplus world production and government stockpiles throughout most of the 1980s. Frequently, world prices for dairy products were far below domestic prices during this period. With adjustments to subsidy programs, particularly in the E.U., stockpiles have declined, and international prices strengthened somewhat by the mid-1990s. Most developed countries, including Canada and the U.S., with only a few exceptions such as New Zealand and Australia, still have dairy processing industries that are highly domestically oriented with limited export and import activity.

STRUCTURE

There are three main organizational structures in the dairy processing industry. The most dominant are producer-owned cooperatives which account for about 60% of industry output. The balance is shared between prominent foreign-owned multinationals, which tend to be diversified food and consumer product manufacturers, and Canadian-owned companies of varying size.

The largest processors are multi-plant firms operating in two or more provinces and generally offer a full range of product lines such as packaged fluid milk, cream, butter, cheese, ice cream, yoghourt, etc. for sale in retail and foodservice markets. Increasingly dairy products such as cheese, butter, skim milk powder, condensed milk, whey protein concentrates are also sold as ingredients to further processors for incorporation into a range of food or non-food items.

Other processors tend to specialize in a few product areas (cheese, ice cream, yoghourt, specialized ingredients, technology) or in certain markets (local or export).

Industry ownership has become highly concentrated. Three organizations currently have annual dairy product sales of over $1 billion each and five organizations control 50% of all industry plants and account for 60% of production. In addition, some firms have developed partnerships or corporate links for processing, distribution and marketing specific products.

Dairy processing plants exist in every region of Canada and are generally located in areas where farm milk production is concentrated. Fluid milk plants tend to be located on the fringe of urban centres to serve the consumer market. Dairy plants manufacturing items with longer shelf life, such as butter, milk powders, cheese, and whey powders, are located in rural areas closer to the raw milk supply.

From a regional perspective, the industry is heavily concentrated in central Canada. Ontario and Quebec account for more than 60% of all plants

and about 75% of all industry output. Ontario is the leading producer of packaged fluid milk products and ice cream, while Quebec leads in production of butter, cheese and yoghourt.

SIGNIFICANCE

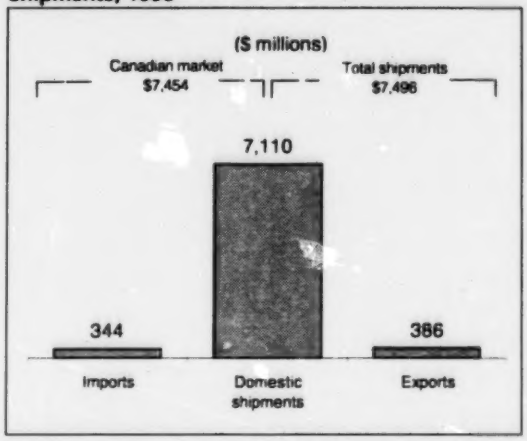
The dairy processing industry is based primarily on cows' milk. The second largest component of the Canadian food and beverage processing industry after the red meat industry, the dairy processing industry had shipments valued at $7.5 billion in 1996. About 16% of all consumer food and beverage purchases are dairy products.

The pasteurization and packaging of fluid milks and creams (whole fat milks, skimmed and partially-skimmed milks, microfiltered milks, chocolate or other flavored milks, buttermilk and fresh or flavored creams) utilize 38% of the raw milk produced.

Industrial milk, which makes up the other 62% of the raw milk produced in Canada, is used to manufacture dairy products such as natural and processed cheese, creamery butter, condensed and evaporated milk, ice cream, yoghourt, frozen desserts including novelties, sherbets, etc. Increasingly, dairy products are also in demand by further processors who use cheese, butter, milk powders, condensed milk, as key ingredients in other food products such as soups, sauces, pizzas, baked goods, entrees and confectionery products.

The Canadian dairy industry functions on a "dairy year" basis as opposed to a calendar year. The dairy year runs from August 1 to July 31 each year. In the 1996-97 dairy year, the industry processed about 77.5 million hectolitres of raw milk. In 1995, processors operated 270 federally-inspected plants and employed 21,728 people according to Statistics Canada Census of Manufacturers data (there are about another 200 provincially-registered plants). The Canadian industry generated a positive balance of trade which, in 1996, amounted to $42 million (Figure 1). The same year, exports were $386.3 million. These exports represented, however, only 5% of total dairy industry shipments, about 4% of all processed food and beverage exports and only 1.6% of all primary agricultural and processed food exports in 1996. The main products exported were cheese to the U.S. and the E.U. and milk powder to a range of developing countries.

Figure 1: Imports, exports and domestic shipments, 1996



Canadian dairy imports totaled $343.8 million in 1996 or 4.6% of the domestic dairy market. Cheese, (particularly specialty cheese), is the major import, primarily from the E.U., Switzerland and the U.S. The E.U. holds 66% of the tariff rate quota for cheese coming into Canada.

Supply management

The federal legislative base is the *Canadian Dairy Commission Act and Regulations* (used for industrial milk and cream) and the *Agricultural Products Marketing Act* (used for fluid milk products). Each province has legislation and regulations which establish the provincial milk marketing agency and give it the necessary powers to participate in the management of milk supplies through production quotas at the individual farm level.

A federal/provincial agreement, the National Milk Marketing Plan, includes provisions to set industrial milk production volume requirements, based on estimated national market demands and planned export amounts for processed products and allocates market quota to provinces. The industrial milk target price is set by the Canadian Dairy Commission (CDC) in consultation with stakeholders, while provincial authorities set prices for fluid milk and industrial milk within their jurisdictions. In the case of industrial milk,

provincial authorities use the federal target price as a guide.

In 1995 provincial authorities began to work together in setting up pooling arrangements for sharing revenues from both fluid and industrial milk sales. There are two pools, one based in western Canada in which the four western provinces participate, known as the "P4" or the Western Milk Pool; and a second pool in eastern Canada in which six provinces participate, commonly known as the "P6". Manitoba is a member of both the western and eastern pools. Newfoundland is not a member of the National Milk Marketing Plan and does not participate in regional pooling.

Food safety and labeling requirements

Food safety inspection for fluid milk and dairy products sold within a province falls under provincial jurisdiction, whereas the federal mandate for inspection focuses on dairy products moving interprovincially or internationally. Most fluid milk plants in the country and some of the smaller cheese plants concentrating on a local or a provincial market tend to be provincially inspected, while most other dairy plants are federally inspected to ensure compliance with the *Agricultural Products Act and Regulations*.

The Canadian Food Inspection Agency (CFIA) is responsible for the administration and policy issues regarding the *Consumer Packaging and Labeling Act* as it pertains to agri-food, with the enforcement of proper labeling and food ingredients and the prevention of consumer fraud. As well, sections of the *Food and Drugs Act* dealing with product safety, consumer health and freedom from adulteration are enforced by the CFIA.

The agency is concentrating on the enforcement of federal requirements of various departments but is developing a *National Dairy Code* in collaboration with provincial inspection officials. The *National Dairy Code* is being established with the objective of having one set of harmonized food safety standards recognized across the country. The *Code* will provide one set of standards for all aspects of fluid and manufactured milk production and processing.

The objectives of the *Code* are to:

- ensure safe, high quality dairy products;
- introduce harmonized standards to eliminate interprovincial trade barriers;
- enhance industry competitiveness interprovincially and internationally; and
- provide consumer protection from economic fraud.

Import measures

The Department of Foreign Affairs and International Trade, together with Revenue Canada, administers the *Export and Import Permits Act* by ensuring that regulated products on the Import Control List (ICL) come into Canada in accordance with specified tariff rate quotas (TRQs).

This import regime is essential to the successful operation of supply management. Access to the Canadian market for dairy imports is designed to comply with international trade agreements. In order to provide access in accordance with the WTO agreement, in 1995 a range of dairy products, dairy blends, certain bakery products containing 25% or more butterfat and animal feeds, such as milk replacers containing 50% or more by weight non-fat milk solids became subject to what are known as tariff rate quotas (TRQs). TRQs are two-stage tariffs. A lower tariff is applied to a specified quantity known as the access commitment (i.e., the 'within quota' tariff). A higher tariff rate applies on imports over this specified quantity.

In the case of dairy products, such as skim milk powders, ice cream mixes, bakery products containing 25% or more butterfat and animal feeds containing 50% or more by weight non-fat milk solids, no tariff rate quotas were negotiated. In the case of the following products, tariff rate quotas were negotiated for the amounts shown: fluid milk (64,500 tonnes), cream (394 tonnes), concentrated or condensed milk or cream (11.7 tonnes), yoghourt (332 tonnes), powdered buttermilk (908 tonnes), dry whey (3,198 tonnes), and cheese (20,412 tonnes). For some of these products, additional terms and conditions, such as package size, apply. In many cases, these tariff rate quotas were set with no planned volume increases over

the six year implementation period for covered by the WTO agreement finishing in the year 2000.

In the case of butter and ice cream, the tariff rate quotas negotiated provided for volume increases. For butter, the initial 1995 quota of 1,964 tonnes rises to a final quota of 3,274 tonnes in the year 2000, while the initial quota for ice cream rises from 347 tonnes to 484 tonnes during the same period.

'Within quota' tariff rates are to decline 57% between 1995-2000 with the exception of products of U.S. origin, where the 'within quota' tariff rates declined to zero on January 1,1998, as governed by the Canada-U.S. Free Trade Agreement. All 'over quota' tariff rates whether imports are of U.S. origin or not, will decline by 15% of their original value by the year 2000.

PERFORMANCE

The dairy products industry has been one of the slower growing components of the food processing industry. Both the fluid milk and industrial milk sectors have seen static or declining growth for the last 15 years. Factors that might explain this industry stagnation include an aging population, growing consumer preference for low-fat foods and immigrants who consume fewer dairy products. Fluid milk products have also experienced heavy competition from other beverages such as bottled waters, juices and soft drinks. Domestic requirements for industrial milk marginally lost ground between 1980 and 1992, before recovering slightly since 1993. On a constant dollar basis, total industry shipments have declined from $6.72 billion in 1988 to $5.68 billion in 1996.

In Canada, over the past 30 years, the product mix of industry shipments has changed with traditional products like butter, skim milk powder and evaporated milk giving way to more emphasis on higher-valued, specialty cheese, a proliferation of yoghourt products, specialty ice creams and other frozen desserts. Some of the strongest growing retail categories are specialty cheese and yoghourt, while the steady growth in mozzarella cheese is driven by consumer demand for pizza.

Although growth in retail demand for dairy products seems to be maturing, demand for dairy ingredients by further processors is showing promise. For example, production of mozzarella and pizza cheese increased over 35% compared to total Canadian cheese production which increased only 11% during 1990-1996. This growth, particularly in low fat mozzarella, is driven by consumer demand for fresh and frozen pizza during that same period.

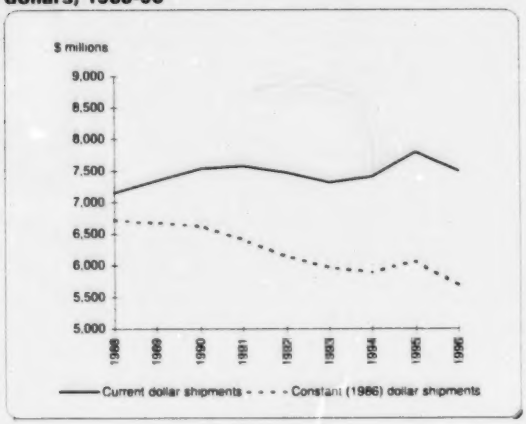
Slow overall growth in dairy product demand has motivated processors to diversify into lines which compete with dairy products as a means of increasing sales. Some processors produce and market full lines of juices and, in provinces where they can legally be marketed, margarine and dairy blends or spreads which are combinations of margarine and butter.

Dairy product manufacturers have adopted a range of marketing strategies to differentiate and add value to their lines. Similar to other parts of the food industry, product innovation and marketing has led to increasing segmentation of product lines. However, overall growth in industry output remains difficult to achieve when relatively strong growth in skimmed and partially-skimmed milks is offset by declines in demand for homogenized milks and where strong growth in cheese can be offset by declines in butter demand. Competition from other foods and beverages has been a motivator in product evolution toward lower-fat products. Growth in yoghourt demand since the late 1980s has been driven by demand for more health-oriented foods and those with less fat. Skim milk, low-fat yoghourt and, more recently, fat-reduced butter have become more prominent in marketing efforts. Heavy activity in new product introductions in yoghourt, ice cream and frozen dessert lines, including novelties, has led to these product areas become highly segmented and subject to heavy price competition.

Static or declining industry output has provided significant incentive for processors to consolidate as a means of increasing market share. With mergers, firms have found they can reduce plant overcapacity, combine resources and skills and reduce costs by operating fewer but larger, and more efficient plants. Although the number of plants has been cut in half since 1975, the rate at which plants have disappeared from production accelerated between 1988-1995 when the number

of establishments dropped 25.8%. The drop in plant numbers has been similar for both fluid milk plants and plants processing industrial milk. The drop in the number of establishments has meant that the value of shipments per establishment, measured in constant dollars, increased from $18.5 million in 1988 to $22.5 million in 1995 (Figure 2).

Figure 2: Total shipments in constant and current dollars, 1988-96



The annual national forecast or planned volume of industrial milk is called the Market Sharing Quota (MSQ) which is then allocated among the provinces. The size of the MSQ allocated to a province has a direct impact on the number and size of industrial processing plants within a province and the subsequent movement of finished products to final markets.

Although industrial plants (making butter, cheese, ice cream, etc.) tend to be concentrated in the provinces in relation to the size of their MSQ share, a cheese benchmarking study completed in 1996 for the National Dairy Council, indicates that cost of production differences between regions of the country for cheddar or mozzarella manufacture are minimal.

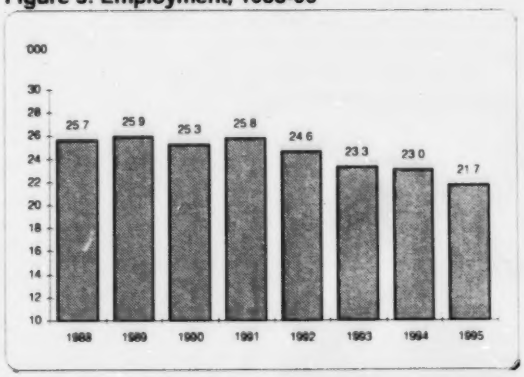
In Ontario and Quebec, plant allocation quotas or supply agreements, are used principally for milk required to make cheese, but also for butter, milk powders, condensed and evaporated milk and, in instances where fresh milk or cream is required, for ice cream production. In some provinces, such as Ontario and Quebec, plants manufacturing these products cannot operate without having acquired such quotas. The administration guidelines of plant quotas are negotiated between the provincial milk marketing authorities and the processors.

The impact of plant allocation quotas or supply agreements is that in periods of occasional shortages competing plants cannot bid for milk supplies. Since fluid milk plants have the highest priority for available fresh milk supplies, unexpected strong consumer demand for fluid milk , could result in less milk being made available for industrial plants.

Employment

Employment is slowly declining as capital investment and plant automation increases. Dairy processing industry employment declined from 25,658 in 1988 to 21,728 in 1995 (Figure 3). Since 1991, the rate of this decline, which has been greater than in the food processing sector as a whole, has occurred as a result of the restructuring process that has taken place in the dairy processing industry. Similar employment declines

Figure 3: Employment, 1988-95



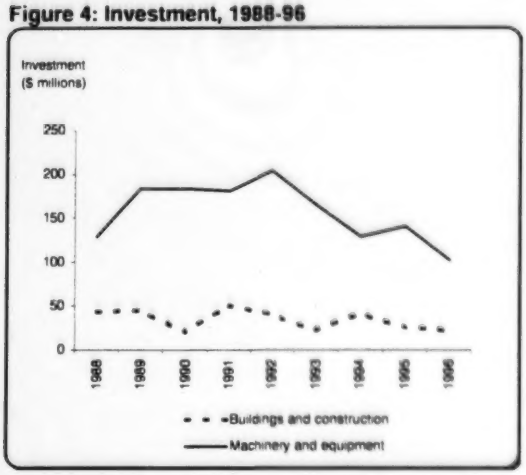
are occurring in the U.S. dairy processing industry where the same trends are occurring with fewer people running fewer but larger plants.

In both Canada and the U.S. the desire to achieve higher levels of productivity per plant worker made possible by significant investment in plant and equipment, combined with maturing demand in the domestic markets in both countries are the major reasons for declining employment.

Investment

The rationalization in numbers of firms and plants has been accompanied by new investment in the early 1990s that is unmatched by any other major sector of the food processing industry. Between 1990 and 1996, capital investment in new buildings and state-of-art production equipment and repair expenditures is estimated at $1.3 billion (Figure 4). Establishments now are larger in size, operate with greater efficiency and feature greater automation in processing and packaging equipment.

Figure 4: Investment, 1988-96



Benchmarking studies in ice cream, completed in 1995, and in cheese, in 1996, indicated that non-dairy ingredient production costs (taxes, labor costs, interest rates, energy costs) in Canada are comparable to U.S. costs for similar-sized establishments. These studies show that Canada, on balance, is an attractive location, relative to the U.S., in which to invest in state-of-the-art dairy processing plants.

Profitability

Available evidence suggests that profits vary regionally and by product line. Competition appears to be greatest in the key central Canadian markets, particularly in Ontario where the greatest number of firms participate. In Ontario, fluid milk and ice cream product lines appear to be the most difficult areas to generate profits. As in other parts of the food and beverage industry, the private label strategies to produce low margin private brands which compete with regular brands may impact on profits.

In 1996-97, competition in the central Canadian market has motivated major processors to focus on and/or reposition their core businesses in an effort to improve future profit prospects. Fluid milk and ice cream brands and operations in Ontario and Quebec featured prominently in the redistribution of assets among the major co-operatives, Canadian firms and foreign multinationals operating in these two provinces and western Canada.

Trade performance

Canada is not a major player in foreign markets, with only 3-4% of Canadian production being exported. This percentage compares favorably with U.S. level of exports which, like Canada, has traditionally had a domestically oriented industry. In recent years, exports and imports have been roughly in balance with exports running slightly ahead of imports during 1988 to 1991. From 1992 through 1995, the situation reversed with imports running slightly ahead of exports. However, in both 1995 and 1996, Canadian export records were set as strong world market prices provided opportunities to increase export sales. The strength in the export market generated a small positive trade balance in 1996. However, by the end of 1996, international prices for butter and powder had declined significantly.

The challenge will be to sustain the rate of growth in exports of dairy products experienced over the past two years (20-30%). Opportunities for export growth are confined primarily to new or niche-type products. Efforts must be made to ensure that these opportunities are explored.

Under the Class 5 Milk pricing arrangements administered by the CDC, further processors have access to dairy ingredients (butter, cheese, milk powders) at international prices in order that Canadian manufacturers of frozen pizza, bakery products, and confectionery can manufacture and sell these products competitively in domestic and international markets. For further processors which make finished products with high dairy ingredient content and which no longer have much protection from import competition, Class 5 milk

pricing is an important initiative in maintaining further processing activity in Canada. In the 1996-97 dairy year, 7.8 percent of total milk production was used by further processors under Class 5.

The Optional Export Program (OEP), which began in the 1995-96 dairy year, was implemented with the objective of facilitating milk production which could be used specifically for the manufacture of dairy products for export. During its first year, OEP utilization was limited, but the program is now beginning to draw broader national interest. OEP could see greater use in the future.

Technology and innovation

In the Canadian market, product development, packaging innovation and improving processing methods are seen as critical elements in increasing sales and reducing production costs. Although only one large processor operates a major research and development facility, joint ventures between processors and universities and Agriculture and Agri-Food Canada research stations, such as the Food and Research Development Centre at St. Hyacinthe, Quebec, are common. Most Canadian-based research is directed at product development activities and improving processing techniques, but close attention is also paid to research activities in other countries.

The establishment of the premium-priced, microfiltered milk category is a leading example of the industry's innovative efforts. As in other parts of the food industry, product development is driven by health, price, quality and taste considerations. The desire of consumers for low-fat products, while retaining "rich taste" characteristics, is a major preoccupation in dairy product development in North America and western Europe.

Processors in some countries are assessing the regulatory ramifications (including product standard implications) and market potential for products with added nutrients, to reposition skim milk by "whitening" the product, developing more spreadable butters, or experimenting with new additives to replace dairy fats. Exploration and characterization of the properties of milk components for food and non-food applications are also important research priorities as is an examination of the "functional food" potential of milk components or dairy products. (A functional food, is defined as a product consumed as part of a normal diet, that has demonstrated physiological benefits and/or reduces the risk of chronic disease.)

The industry is following other food manufacturers in working with packaging firms in the development of more creative packaging, featuring upgraded graphics as a sales tool in building market share. In serving particular retail and food service requirements, the dairy industry must also meet a broad range of packaging requirements.

Both dairy industry package requirements and environment recycling considerations are driving packaging innovations. Dairy packaging has also benefited from major packaging innovations such as plastic pouches for fluid milk and thin walled containers which may be thermoformed or injection moulded for yogourts.

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES – TOWARD THE NEXT CENTURY

Opportunities in the domestic market

The domestic market is the industry's major market for dairy products and will continue to be in the future. Unfortunately, the Canadian market for traditional retail dairy products appears to be maturing. With the exception of a few bright spots, overall future retail growth in sales based on current performance could be slow.

Turning consumer demand around for retail dairy products could be challenging as consumer outlook is changing. Consumers are becoming increasingly aware of health issues and are demanding more convenience and variety. Opportunity for growth in retail dairy products may exist if the industry focuses on these consumer concerns. Processors and producers must become more proactive in marketing efforts. This means continued investment in product innovation, packaging, co-branding and new uses for dairy products is essential. Also underdeveloped distribution channels need to be examined particularly schools, vending machines, convenience stores, and meal solutions.

Some of the best opportunities in the domestic market lie with the food service industry and supplying dairy ingredients to further processors. There are good future domestic and export opportunities for dairy products as ingredients incorporated into further processed products such as bakery products, pizza, and confectionery and for use in animal feeds such as milk replacers and nutraceuticals.

The ingredient market for dairy products is a growing and challenging market where sophisticated and cost conscious further processors have demanding technical ingredient requirements which they want to purchase at competitive prices in order to satisfy their objectives in domestic and export markets. Market opportunities for dairy ingredients will continue to be linked to finding ways to build new business with this sector.

Opportunities in international markets

For the food processing industry, the U.S. is Canada's largest export market. Unfortunately for dairy products, export opportunities to the U.S. are limited, since restrictive U.S. dairy import policies are not likely to change in the foreseeable future. In addition, multinationals controlling much of the Canadian production of ice cream and frozen desserts already have major U.S.-based plants manufacturing similar products for the U.S. market.

There are opportunities in offshore export markets for finished dairy products such as cheese, or for intermediate products such as whey protein concentrates. Additionally, there are improving market opportunities in Latin America and Asia, where rising incomes and under-developed dairy industries are generating increasing demand for dairy products.

A dairy strategy is being developed in consultation with industry stakeholders to explore ways of increasing dairy product exports, in particular those value-added products such as ice cream and cheese, into these potential markets. The challenge is to work through the industry's current policy structure to make stakeholders aware of export opportunities in these markets and to encourage industry to develop products which will sell in these markets.

To profit from the potential growth in offshore markets, Canadian-based firms may have to give consideration to making a commitment to investing in local production, in some cases with a local partner or with a multinational.

For some larger Canadian firms, there may be some limited opportunities to sell proprietary technology or to make licensing agreements with international firms in areas in which they have unique strengths, such as product development, ingredients, dairy processing methods and equipment.

In the longer run, the E.U., either because of new trade agreements, other budgetary priorities or other agricultural policy changes, may further curtail their subsidizing of exports thereby reducing competition. As well, further liberalization of trade resulting from the next round of WTO agricultural trade negotiations to begin in 1999 could open more opportunities for increasing exports.

CHALLENGES

Global structural changes

The greater domestic protection still afforded dairy industries worldwide, including Canada, has significantly shielded dairy processing from international competitive pressures with which other parts of the Canadian food processing industry, have had to deal in the last several years. Since January 1, 1998, no customs duties remain on any food products moving between Canada and the U.S. except for those subject to TRQs.

The last round of multilateral trade talks (Uruguay Round) required countries to reduce their levels of internal support, export subsidies, and to replace other types of import restrictions with TRQs. Although all countries are making policy adjustments in order to adhere to the new WTO subsidy and internal support rules, Japan, the E.U., Canada and the U.S. still have dairy industries that are largely protected from import competition.

The U.S., through the 1996 Farm Bill, has taken significant steps in making provision for a gradual internal deregulation of its dairy industry. Most of the internal support programs for the U.S. dairy industry are expected to be phased out by the year 2000.

The U.S., while cutting back on internal supports, appears to have decided that the best method of maintaining farm-level milk prices is to encourage dairy processors and exporters to aggressively seek export markets. The U.S. dairy industry continues to benefit from the federal government's Dairy Export Incentive Program. To encourage dairy product exports, the industry and government have jointly funded the U.S. Dairy Export Council to identify foreign market opportunities and to assist industry with technical problems associated with exporting.

The E.U., which accounts for nearly half of all the world's dairy exports, will likely remain as a major player where dairy product exports are concerned for the rest of this decade as will Australia and New Zealand which export 60% and 85% of their production respectively. Beyond meeting current WTO commitments, Japan and the E.U. are unlikely to make further significant steps toward deregulating or reducing subsidy support levels in dairy until after the completion of the next round of multilateral trade negotiations.

In Canada's case, the federal direct payment, an internal support program, is being phased out by February 1, 2002. Canada has been successful in maintaining the basic elements of its supply management following the completion of the WTO and NAFTA negotiations In 1996, a dispute settlement panel set up under the NAFTA unanimously upheld Canada's right to apply its TRQ system to imports of dairy products from the U.S.

The Canadian industry fully recognizes that taking advantage of export opportunities is not easy, but there is new interest in examining the possibilities more closely, particularly opportunities in developing countries that have rising incomes and under-developed dairy industries. Assuming the stakeholders in the dairy industry are successful, exports should increase and the trade balance in dairy products should show some improvement.

Regulatory and technology challenges

Since 1995, within the existing supply management framework the Canadian dairy industry has implemented a number of changes to its programs and policies. Changes include elimination of payments on dairy product exports financed by levies on milk producers, setting up pooling arrangements, interprovincial quota exchange, an Optional Export Program and a new, surplus removal program.

The national milk supply management structure continues to have a direct bearing on the processing industry's competitiveness. Although farm gate prices for milk in Canada are higher than in the U.S., the ongoing challenge is to continue to examine opportunities to improve or fine tune supply management arrangements to make the system as efficient and responsive to market needs as possible while ensuring a stable and adequate return to producers.

A flexible regulatory framework will be necessary for the industry to meet these kinds of challenges as well as the challenges which technological change can also bring in the form of new production processes and new product development .

Technological innovations have played a significant role in the progress that has been made in reducing costs and increasing productivity in Canada. At the farm level, there have been improvements in milk yields per cow, farm sizes have increased and producers have strong dairy herd management skills and have developed world-class dairy genetics. At the processing level, there has been significant rationalization with fewer firms operating fewer but larger, more efficient plants. As the pace of mergers and acquisitions has picked up in the 1990s, processors have simultaneously invested in product development, production technology, packaging innovations to improve productivity and sales.

Receptiveness to technological progress will continue to play a key role in the sector's ability to meet the demand for new consumer products (eg. low fat products) and in its overall success in both the domestic market and world market. Close cooperation between all the links in the industry

chain will be essential for these changes to occur smoothly, particularly in the longer run should the industry become drawn into the international marketplace and feel greater pressure from import competition. In such an environment, the challenge to increase investment in areas such as product development and improving the efficiency of plants through modernization and upgrading of plants will continue.

Advances in research in product development, production technology, packaging and environmental fields continues to provide both threats and opportunities to conventional dairy products. New flavors and other ingredients can find their way into a range of juices, juice drinks, coolers, sports drinks, etc. that compete with milk or dairy products.

Technical developments can enhance or threaten market shares of traditional dairy products. There is scope for the future re-engineering of dairy products to make them more competitive with non-dairy substitutes. Examples include adding proteins to make cheese a closer substitute for meat, or using proteins derived from whey proteins. These initiatives could result in the development of artificial baby milks more similar to human milk than cow's milk. On the other hand, soy beverages and oilseed-based products can offer increased competition as substitutes for dairy products.

CONCLUSION

With the benefit of significant import protection, the Canadian dairy processing industry supplies 96-97% of its domestic market. The industry has evolved into a large, highly self-sufficient sector capable of serving the major components of its domestic market. The industry's products are of comparable or superior quality to those found worldwide. In the domestic market, processors have been active with new product innovations to supply consumers with more choices and are attempting to meet the growing demands of the further processors and the food service industry.

Nutrition is a huge advantage built into dairy products. This built-in marketing device must be used to remind consumers of the health features in what has become a slow growing retail domestic market for dairy products. Aggressive new product development, new packaging and evaluating new distribution channels such as vending machines are important in maintaining the retail consumer market.

The least efficient plants have been closed, accompanied by aggressive investment in those that remain to capture productivity gains. Larger plants, with the economies of scale they possess, are better positioned to more fully capitalize on the productivity improvements made possible by future technological innovations.

As in other parts of the food and beverage industry, multinationals have begun to play an increasingly important role in dairy processing. Multinationals see opportunities in the domestic market, having substantially increased their investment in Canada since the end of 1995. Foreign firms can be expected to bring to the industry new investment, technology and product ideas as well as a more international perspective.

In the longer run, the establishment of TRQs has likely put in place a basis for freer trade in dairy products in the next decade. For growth in output to occur the industry must be careful to serve the various components of its domestic market (retail, food service and further processors) to the best of its ability and producers, processors and exporters must successfully work together to explore opportunities in a competitive export market.

ASSOCIATION

National Dairy Council of Canada
221 Laurier Avenue East
Ottawa, ON K1N 6P1

Telephone: (613) 238-4116
Facsimile: (613) 238-6247
e-mail: info@ndcc.ca

AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA CONTACT

Earl New
Food Bureau
Telephone: (613) 759-7511
Facsimile : (613) 759-7480
e-mail: newe@em.agr.ca

Pierre Doyle
Agricultural Industry Services Directorate
Dairy Section
2200 Walkley Road
Ottawa, ON K1A 0C5

Telephone: (613) 957-7078
Facsimile: (613) 957-9073
e-mail: doylep@em.agr.ca

The Canadian Dairy Processing Industry

SIC 1041/49 - FLUID MILK/OTHER DAIRY PRODUCTS, 1988-96

PRINCIPAL STATISTICS[a]	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	96/88[e]	96/91[e]
Establishments	364	372	339	316	308	291	278	270	--	-25.8%	-14.6%
Employment[b]	25,658	25,920	25,328	25,781	24,614	23,318	22,985	21,728	--	-15.3%	-15.7%
Shipments ($ millions)	7,151.5	7,348.8	7,530.7	7,576.4	7,461.9	7,319.0	7,412.9	7,795.5	7,496.2	4.8%	-1.1%
Shipments (constant 1986 $ millions)[c]	6,716.9	6,673.0	6,618.1	6,402.0	6,139.5	5,966.3	5,888.8	6,067.5	5,680.3	-15.4%	-11.3%
GDP (constant 1986 $ millions)[c]	1,582.0	1,553.5	1,577.3	1,497.4	1,418.9	1,404.8	1,425.4	1,414.1	1,376.2	-13.0%	-8.1%
Investment ($ millions)											
Buildings and construction	44.1	45.6	20.4	50.8	40.4	22.6	41.2	26.7	22.9	-48.0%	-54.9%
Machinery and equipment	128.4	183.3	183.4	180.9	204.0	165.5	129.0	140.2	99.9	-22.2%	-44.8%
Value-added ($ millions)	2,038.5	2,156.0	2,473.2	2,497.5	2,222.1	2,091.0	2,176.1	1,974.4	--	-3.1%	-20.9%
Value-added (constant 1986 $ millions)[c]	1,914.9	1,958.5	2,177.0	2,116.5	1,830.4	1,703.5	1,730.4	1,530.3	--	-20.1%	-27.7%
Value-added/worker ($ millions)	0.08	0.08	0.10	0.10	0.09	0.09	0.09	0.09	--	14.4%	-6.2%
Value-added as % of shipments (%)	28.5	29.3	32.8	33.0	29.8	28.6	29.4	25.3	--		
Concentration ratios (%)											
Leading 4 enterprises	47.7	50.3	55.7	57.0	56.6	--	--	--	--		
Leading 8 enterprises	66.0	67.4	71.4	76.7	75.3	--	--	--	--		
TRADE STATISTICS[a]											
Global											
Exports ($ millions)	200.4	195.3	202.2	203.3	207.4	177.4	204.1	268.3	386.3	92.7%	90.0%
Exports (constant 1986 $ millions)[c]	189.5	179.3	179.7	174.5	173.9	146.9	165.1	213.8	292.7	54.5%	67.7%
Domestic shipments ($ millions)[d]	6,951.0	7,153.5	7,328.4	7,373.1	7,254.5	7,141.6	7,208.8	7,527.2	7,109.9	2.3%	-3.6%
Exports (% of shipments)	2.8%	2.7%	2.7%	2.7%	2.8%	2.4%	2.8%	3.4%	5.2%		
Imports ($ millions)	162.0	155.7	164.3	168.3	221.5	247.5	288.2	310.4	343.8	112.2%	104.3%
Imports (constant 1986 $ millions)[c]	67.8	60.6	53.5	46.5	73.0	100.8	150.8	185.9	187.1	176.0%	302.4%
Canadian market ($ millions)[e]	7,113.0	7,309.2	7,492.8	7,541.4	7,476.0	7,389.0	7,497.0	7,837.6	7,453.7	4.8%	-1.2%
Imports (% of Canadian market)	2.3%	2.1%	2.2%	2.2%	3.0%	3.3%	3.8%	4.0%	4.6%		
Balance of Trade ($ millions)	39	40	38	35	-14	-70	-84	-42	43		
Balance of Trade (constant 1986 $ millions)	122	119	126	128	101	46	14	28	106		
With the US											
Exports ($ millions)	22.8	26.1	31.5	35.2	32.9	40.3	48.4	58.8	86.3	277.9%	145.1%
Imports ($ millions)	25.5	22.5	26.9	37.3	75.6	87.3	118.2	135.7	148.1	481.2%	297.4%
Balance of Trade ($ millions)	-3	4	5	-2	-43	-47	-70	-77	-62		

[a] Statistics Canada (CANSIM).
[b] Census of Manufacturers
[c] Real $ calculated using corresponding sector's IPPI.
[d] Shipments minus exports.
[e] Domestic shipments plus imports.
[e] most recent data used when available

The following analysis reports are available from the Food Bureau:

Food & Beverage Processing Sector Analysis

- The Canadian Food and Beverage Processing Sector - An Overview of Opportunities and Challenges at the Turn of the Century
- Historical Perspective of the Canadian Food and Beverage Processing Sector
- Analysis of the structure of the Canadian Agri-food Industry

Sub-Sector Profiles

- The Canadian Bread and Bakery Industry
- The Canadian Confectionery Industry
- The Canadian Wine Industry
- The Canadian Distillery Industry
- The Canadian Dairy Processing Industry
- The Canadian Red Meat Processing Industry
- The Canadian Feed Industry
- The Canadian Poultry Processing Industry
- ***The Canadian Fruit and Vegetable Processing Industry*** *
- ***The Canadian Cane and Beet Sugar Industry*** *
- ***The Canadian Flour and Related Products Industry*** *
- ***The Canadian Brewing Industry*** *
- ***The Canadian Soft Drink and Bottled Water Industry*** *
- ***The Canadian Snack Food Industry*** *
- ***The Canadian Vegetable Oil Mills Industry*** *
- ***The Canadian Miscellaneous Foods Industry*** *

*** *Titles marked with an asterisk are not complete at time of publication. They are expected to be published Summer 1998 and will be made available on the internet at http://www.agr.ca.***

Regional Profiles

- Atlantic Provinces
- Quebec
- Ontario
- Manitoba
- Saskatchewan
- Alberta
- British Columbia

Readers can obtain data updates by accessing the electronic version of these reports on ACEIS at http://www.agr.ca.

We would be pleased to receive your views, and any comments or suggestions that would improve the substance of these reports. For additional information and/or to provide your comments, please contact:
Food Bureau, Room 501, Sir John Carling Building, Ottawa, Ontario, K1A 0C5, (613) 759-7556.

Les documents sont disponibles en français.

Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada

Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Market & Industry Services Branch

Profil de l'industrie

mars 1998

Canada

LE SECTEUR CANADIEN DE LA TRANSFORMATION DU LAIT

Le secteur de la transformation du lait se compose de deux sous-secteurs : (celui de la transformation du lait cru en produits emballés de lait et de crème de consommation et en yogourt CTI 1041), et celui de la transformation du lait en d'autres produits comme le beurre, la crème glacée, le fromage et les poudres (CTI 1049).

INTRODUCTION

Le secteur de la transformation du lait au Canada a suivi le même processus de rationalisation que la plupart des autres secteurs de la transformation des aliments et des boissons : le nombre d'entreprises a diminué, mais leur taille a grossi et elles emploient moins de gens. En transformation du lait, cette concentration du secteur tient à un nombre important de fusions et de prises de contrôle et à la stabilisation de la demande sur le marché canadien des produits laitiers.

Les pays industrialisés comme le Canada ont toujours réglementé et protégé leur secteur laitier, leur objectif principal étant de soutenir les revenus des producteurs. Après la Deuxième Guerre mondiale, la plupart des pays de l'UE cherchaient à s'autosuffire en production alimentaire, notamment en produits laitiers. Au Canada, depuis les années 30, la politique laitière a progressivement évolué en un système global de gestion de l'offre qui comprend des contingents de production, des dispositions réglementaires à l'égard des prix, des subventions et des restrictions à l'importation. Ces mesures font intervenir les administrations autant fédérale que provinciales.

La mise en oeuvre des politiques laitières dans certains pays industrialisés comme les nations de l'Union européenne (UE) et les États-Unis (EU), s'est soldée par une production mondiale excédentaire et l'accumulation de stocks par l'État durant une grande partie des années 1980. Les prix mondiaux des produits laitiers ont alors fréquemment été inférieurs aux prix intérieurs. Grâce aux ajustements apportés aux programmes de subventions, surtout dans l'UE, les stocks ont fléchi et les prix internationaux se sont quelque peu raffermis vers le milieu des années 1990. La plupart des pays industrialisés, dont le Canada et les États-Unis, ont encore des secteurs de la transformation du lait à forte vocation intérieure et exportent et importent peu; seuls quelques pays font exception à cette règle, notamment la Nouvelle-Zélande et l'Australie.

STRUCTURE

On dénote trois structures organisationnelles principales dans le secteur de la transformation du lait. La principale d'entre elles est formée des coopératives appartenant à des producteurs, qui assurent environ 60 p. 100 de la production du secteur. Le reste se partage entre les grandes multinationales appartenant à des intérêts étrangers, qui sont en général des fabricants diversifiés de produits alimentaires et de consommation, et les entreprises de tailles diverses qui sont la propriété des Canadiens.

Les principaux transformateurs sont les entreprises à établissements multiples qui sont installées dans au moins deux provinces et qui offrent généralement un large éventail de produits emballés pour les marchés de détail et de la restauration (par exemple, du lait de consommation, de la crème, du beurre, du fromage, de la crème glacée et du yogourt). On constate aussi de plus en plus que des produits laitiers comme le fromage, le beurre, la poudre de lait écrémé, le lait condensé et les concentrés protéiques de lactosérum sont aussi vendus comme ingrédients aux transformateurs de second cycle, qui les incorporent dans la préparation d'une gamme de produits alimentaires et non alimentaires.

Par ailleurs, d'autres transformateurs cherchent à se spécialiser dans certains produits (fromage, crème glacée, yogourt, ingrédients spécialisés, technologie) ou en vue d'alimenter certains marchés (locaux ou extérieurs).

La concentration dans le secteur est devenue forte. Ainsi, trois entreprises enregistrent actuellement un chiffre d'affaires annuel de plus d'un milliard de dollars chacune et cinq entreprises contrôlent 50 p. 100 de tous les établissements du secteur et

60 p. 100 de la production. En outre, certaines entreprises ont formé des partenariats ou tissé des liens corporatifs pour la transformation, la distribution et la commercialisation de produits spécifiques.

On retrouve des établissements de transformation du lait dans toutes les régions du Canada, en général dans les zones où la production laitière est concentrée. Les usines de lait de consommation sont en général situées en périphérie des centres urbains, dont elles desservent le marché de la consommation. Par ailleurs, les usines laitières qui préparent des produits à durée de conservation plus longue comme le beurre, les poudres de lait, le fromage et les poudres de lactosérum sont aménagées dans les régions rurales, à proximité des sources d'approvisionnement en lait cru.

Du point de vue régional, le secteur est fortement concentré dans le centre du pays. Plus de 60 p. 100 des établissements, qui assurent environ 75 p. 100 de la production totale du secteur, se trouvent en effet en Ontario et au Québec. L'Ontario vient au premier rang pour les produits emballés de lait de consommation et de crème glacée alors que le Québec bat la marche en production de beurre, de fromage et de yogourt.

IMPORTANCE

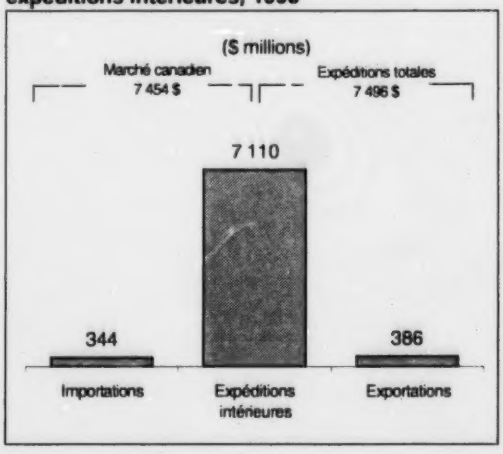
Le lait de vache est la principale matière première du secteur de la transformation du lait, qui occupe le deuxième rang dans l'industrie canadienne de la transformation des aliments et des boissons après le secteur des viandes rouges; ses expéditions étaient évaluées à 7,5 milliards de dollars en 1996. Environ 16 p. 100 de la totalité des achats d'aliments et de boissons sont des produits laitiers.

Une proportion de 38 p. 100 du lait cru produit va à la pasteurisation et à l'emballage de laits et de crèmes de consommation (laits entiers, laits écrémés et partiellement écrémés, laits microfiltrés, laits au chocolat et autres laits aromatisés, babeurre et crèmes fraîches ou aromatisées).

Le lait de transformation, qui constitue l'autre tranche de 62 p. 100 du lait cru produit au Canada, sert à fabriquer des produits laitiers comme les fromages naturels et fondus, le beurre de fabrique, le lait condensé et évaporé, la crème glacée, le yogourt, les desserts congelés comme les glaces fantaisie et les sorbets. En outre, les produits laitiers sont de plus en plus en demande de la part des transformateurs de second cycle qui utilisent du fromage, du beurre, des poudres de lait et du lait condensé comme ingrédients clés dans la préparation d'autres produits alimentaires comme les soupes, les sauces, les pizzas, les produits de boulangerie, les plats cuisinés et les produits de confiserie.

Le secteur laitier canadien ne fonctionne pas d'après l'année civile, mais selon la « campagne laitière ». Celle-ci va du 1er août au 31 juillet. Au cours de la campagne laitière 1996-1997, le secteur a transformé environ 77,5 millions d'hectolitres de lait cru. En 1995, les transformateurs exploitaient 270 établissements sous contrôle fédéral et employaient 21 728 personnes, selon le Recensement des manufactures de Statistique Canada (il y a environ 200 autres établissements sous contrôle provincial). Le secteur laitier canadien a produit une balance commerciale excédentaire qui, en 1996, s'établissait à 42 millions de dollars (figure 1). Cette même année, les exportations se sont élevées à 386,3 millions de dollars. Elles ne représentaient toutefois que 5 p. 100 des expéditions totales du secteur laitier, soit environ 4 p. 100 de l'ensemble des ventes à l'étranger de lait et de boissons transformées et seulement

Figure 1 : Importations, exportations et expéditions intérieures, 1996



1,6 p. 100 de l'ensemble des exportations de produits agricoles primaires et d'aliments transformés. Les principaux produits exportés sont le fromage aux États-Unis et dans l'UE et la poudre de lait dans un certain nombre de pays en voie de développement.

Les importations laitières canadiennes se sont élevées à 343,8 millions de dollars en 1996, soit 4,6 p. 100 du marché laitier intérieur. Les fromages (surtout les fromages fins) sont le principal produit importé, surtout en provenance de l'UE, de la Suisse et des États-Unis. L'UE détient 66 p. 100 du contingent tarifaire des importations de fromage au Canada.

Gestion de l'offre

Le fondement législatif fédéral se compose de deux lois : la *Loi sur la Commission canadienne du lait* et son règlement d'application (leurs dispositions visent le lait et la crème de transformation) et la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* (qui vaut pour les produits de lait de consommation). Chaque province légifère pour établir son Office provincial de commercialisation du lait et l'habiliter à participer à la gestion des approvisionnements de lait par le truchement des contingents de production octroyés à chaque producteur.

Une entente fédérale-provinciale, le Plan national de commercialisation du lait, prévoit que l'on détermine les besoins de production de lait de transformation en se fondant sur la demande nationale estimative du marché et les prévisions d'exportation de produits transformés, et que des contingents de marché sont attribués aux provinces. Le prix d'objectif du lait de transformation est fixé par la Commission canadienne du lait (CCL) après consultation des intervenants; il appartient toutefois aux autorités provinciales d'établir les prix du lait de consommation et de transformation qui relève de leur compétence. Dans le cas du lait de transformation, les autorités provinciales se guident sur le prix d'objectif fédéral.

En 1995, les autorités provinciales ont commencé à se concerter pour définir des dispositions de mise en commun pour le partage des recettes tirées des ventes de lait de consommation et de transformation. Il y a actuellement deux groupes de mise en commun, l'un dans l'Ouest du Canada auquel les quatre provinces de l'Ouest participent (pool du lait de l'Ouest ou « P4 »), et le second dans l'Est du Canada, auquel six provinces prennent part (ce regroupement est communément désigné par « P6 »). Le Manitoba est membre des deux groupes. Terre-Neuve n'est pas signataire du Plan national de commercialisation du lait et ne participe donc pas à la mise en commun régionale.

Exigences relatives à la salubrité et à l'étiquetage des aliments

Les inspections pour le contrôle de la salubrité du lait de consommation et des produits laitiers vendus sur le territoire d'une province sont du ressort de cette dernière alors que le mandat du fédéral en matière d'inspection concerne les produits laitiers qui sont expédiés sur les marchés interprovinciaux ou internationaux. En général, ce sont les provinces qui inspectent la plupart des usines de lait de consommation du pays et certaines des petites fromageries qui écoulent surtout leurs produits sur le marché local ou provincial, mais c'est le fédéral qui inspecte la plupart des autres usines laitières en vue de vérifier la conformité avec les dispositions de la *Loi sur les produits agricoles au Canada* et de son règlement d'application.

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) est quant à elle chargée d'appliquer les dispositions de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* qui ont trait aux produits agroalimentaires et d'en définir les aspects stratégiques; il lui incombe à cet égard d'appliquer les dispositions relatives à l'étiquetage et aux ingrédients alimentaires et à la prévention contre les fraudes à la consommation. Les articles de la *Loi sur les aliments et drogues* qui portent sur la salubrité des produits, la santé des consommateurs et la lutte contre la falsification relèvent aussi de l'ACIA.

L'Agence s'attache à appliquer les exigences des divers ministères fédéraux, mais s'emploie aussi à élaborer un *Code laitier national* en collaboration avec les services provinciaux d'inspection. Dans ce code, on vise à regrouper un ensemble de normes

harmonisées en salubrité des aliments qui sera reconnu à l'échelle du pays. Cette série de normes s'appliquera à tous les aspects de la production et de la transformation du lait nature et industriel.

Les objectifs du *Code* sont les suivants :

- assurer des produits laitiers sains de première qualité;
- instaurer des normes harmonisées pour l'élimination des obstacles au commerce interprovincial;
- stimuler la compétitivité du secteur sur les marchés interprovinciaux et internationaux;
- assurer la protection des consommateurs contre les fraudes économiques.

Mesures à l'importation

C'est le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, de concert avec Revenu Canada, qui applique la *Loi sur les licences d'exportation et d'importation;* il s'assure que les produits réglementés figurant sur la Liste de marchandises d'importation contrôlée (LMIC) sont admis au Canada dans les limites des contingents tarifaires (CT) prédéterminés.

Le régime d'importation est essentiel au bon fonctionnement du régime de gestion de l'offre. Ce sont les ententes de commerce international qui déterminent l'accès des produits étrangers au marché canadien. Pour que l'accès soit conforme aux dispositions de l'Accord de l'OMC, un certain nombre de produits sont devenus, en 1995, assujettis à ce que l'on appelle les contingents tarifaires (CT) : les mélanges laitiers, certains produits de boulangerie contenant au moins 25 p. 100 de matière grasse butyrique et les aliments pour animaux tels que les aliments d'allaitement contenant au moins 50 p. 100 en poids d'extraits secs dégraissés. Les CT sont des tarifs douaniers à deux phases : un tarif moins élevé s'applique à une quantité prédéterminée qui équivaut à l'engagement d'accès (il s'agit du tarif sur les importations « intérieures au contingent ») et un tarif plus élevé qui vise les importations dépassant cette quantité préétablie.

Dans le cas des produits laitiers comme les poudres de lait écrémé, les mélanges à crème glacée, les produits de boulangerie contenant au moins 25 p. 100 de matière grasse butyrique et les aliments pour animaux renfermant au moins 50 p. 100, en poids, d'extraits secs dégraissés, aucun contingent tarifaire n'a été négocié. En ce qui concerne les produits suivants, des contingents tarifaires ont été négociés et prévoient les quantités suivantes : lait de consommation (64 500 t), crème (394 t), lait concentré ou condensé ou crème (11,7 t), yogourt (332 t), babeurre en poudre (908 t), lactosérum en poudre (3 198 t) et fromage (20 412 t). Pour certains de ces produits, des conditions supplémentaires (par exemple la taille des emballages) s'appliquent. Dans de nombreux cas, les ententes concernant les contingents tarifaires n'ont pas prévu de hausse des volumes au long de la période de mise en oeuvre graduelle de six ans visée par l'Accord de l'OMC et qui se terminera en l'an 2000.

Par contre, les engagements d'accès négociés pour le beurre et la crème glacée prévoient des hausses de volumes. Ainsi, le contingent initial de 1 964 t établi pour le beurre en 1995 passe à un contingent final de 3 274 t en l'an 2000; les chiffres correspondants pour la crème glacée sont de 347 et 484 t.

Les tarifs douaniers « intérieurs au contingent » sont censés fléchir de 57 p. 100 entre 1995 et l'an 2000 à l'exception des produits d'origine américaine, pour lesquels ces tarifs disparaissent le 1er janvier 1998, comme le prévoit l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Tous les tarifs douaniers « en sus du contingent », que les importations proviennent des États-Unis ou d'ailleurs, perdront 15 p. 100 de leur valeur originale en l'an 2000.

PERFORMANCE

Le secteur de la transformation du lait a enregistré l'une des croissances les plus lentes de l'ensemble de l'industrie alimentaire. Les sous-secteurs du lait de consommation et de transformation se sont maintenus ou ont régressé au cours des 15 dernières années. Parmi les facteurs susceptibles d'expliquer la stagnation du secteur, mentionnons le vieillissement démographique, la faveur croissante des aliments pauvres en gras chez les consommateurs, ainsi que les immigrants qui consomment moins de produits laitiers. Les produits de lait de consommation ont également

subi la vive concurrence d'autres boissons comme les eaux embouteillées, les jus et les boissons gazeuses. Les besoins intérieurs de lait de transformation ont aussi perdu un peu de terrain entre 1980 et 1992, mais se redressent légèrement depuis 1993. En dollars constants, les expéditions totales du secteur ont reculé de 6,72 milliards de dollars en 1988 à 5,68 milliards en 1996.

Au Canada, au cours des 30 dernières années, l'éventail des produits expédiés par le secteur a évolué, les produits traditionnels comme le beurre, la poudre de lait écrémé et le lait évaporé cédant le pas aux produits à valeur ajoutée, aux fromages fins et à une prolifération de produits de yogourt, de préparations spéciales de crème glacée et d'autres desserts congelés. Certaines des catégories de vente au détail dont l'essor est le plus important sont les fromages fins et les yogourts, alors que la croissance soutenue du mozzarella s'explique par la forte demande de pizza à la consommation.

La croissance de la demande au détail de produits laitiers semble se stabiliser; par contre, la demande d'ingrédients laitiers pour la transformation de second cycle s'annonce prometteuse. Par exemple, la production de mozzarella et de fromage à pizza s'est accrue de plus de 35 p. 100 par rapport à l'ensemble de la production canadienne de fromage, qui n'a augmenté que d'environ 11 p. 100 entre 1990 et 1996. Cette progression, surtout du côté du mozzarella pauvre en gras, a été aiguillonnée par la forte demande à la consommation de pizza fraîche et congelée pendant la même période.

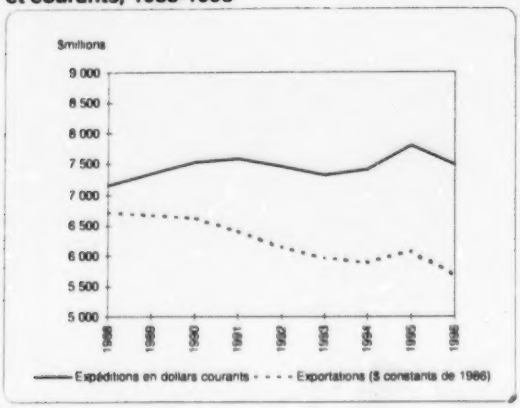
La lente croissance générale de la demande de produits laitiers a incité les transformateurs à diversifier leurs gammes de produits de manière à concurrencer les produits laitiers et, ainsi, à accroître leurs ventes. Certains transformateurs produisent et mettent en marché des gammes complètes de jus et, dans les provinces où la loi autorise leur mise en marché, de la margarine et des tartinades ou mélanges laitiers qui allient margarine et beurre.

Les fabricants de produits laitiers ont adopté un éventail de stratégies de mise en marché pour différencier leurs produits et leur ajouter de la valeur. Comme ce fut le cas dans d'autres parties de l'industrie alimentaire, l'innovation et la mise en marché des produits ont eu pour effet d'accentuer la segmentation des gammes de produits. Toutefois, le secteur a encore de la difficulté à faire progresser globalement sa production étant donné que la croissance relativement vigoureuse de la demande de lait écrémé et partiellement écrémé est neutralisée par la baisse de la demande des laits homogénéisés et que la forte croissance du fromage est contrebalancée par le recul de la demande de beurre. La concurrence exercée par d'autres aliments et boissons a motivé le secteur à créer des produits moins gras. La demande d'aliments plus sains et plus maigres stimule la production de yogourt depuis la fin des années 1980. Dans les campagnes de mise en marché, on met davantage en évidence le lait écrémé, le yogourt hypolipidique et, plus récemment, le beurre à teneur réduite en matière grasse. Ces gammes de produits se sont fortement segmentées et ont été soumises à une féroce concurrence au chapitre des prix à cause de la forte activité qui a marqué l'arrivée de nouveaux produits de yogourt, de crème glacée et de desserts congelés, notamment les glaces fantaisie.

Le piétinement ou le recul de la production du secteur ont fortement incité les transformateurs à se regrouper en vue d'élargir leur part du marché. En se fusionnant, les entreprises ont constaté qu'elles peuvent mieux utiliser la capacité des établissements, jumeler les ressources et les compétences et réduire les coûts, car elles en arrivent à exploiter un moins grand nombre d'établissements plus gros et plus efficients. Le nombre d'établissements a diminué de moitié depuis 1975, mais le rythme auquel ils ont cessé de produire s'est accéléré entre 1988 et 1995, période pendant laquelle on a enregistré une baisse de 25,8 p. 100. La diminution du nombre d'établissements a été analogue pour le lait de consommation et de transformation. Elle a fait que la valeur des expéditions par établissement, mesurée en dollars constants, est passée de 18,5 millions de dollars en 1988 à 22,5 millions en 1995 (figure 2).

Le volume de lait de transformation qui est prévu ou planifié tous les ans à l'échelle nationale est appelé contingent de mise au marché (CMM), et celui-ci est réparti entre les provinces. La taille du CMM attribuée à une province a un effet direct sur le nombre et la taille des établissements de

Figure 2 : Expéditions totales en dollars constant et courants, 1988-1996



transformation du lait de cette province et les expéditions subséquentes de produits finis aux marchés destinataires.

Même si la concentration des usines laitières (qui fabriquent notamment du beurre, du fromage et de la crème glacée) dans les provinces est en général fonction de la taille de leur part du CMM, une analyse comparative sur la production fromagère menée en 1996 pour le compte du Conseil national de l'industrie laitière révèle que les différences de coûts de production du cheddar et du mozzarella d'une région à l'autre du pays sont minimes.

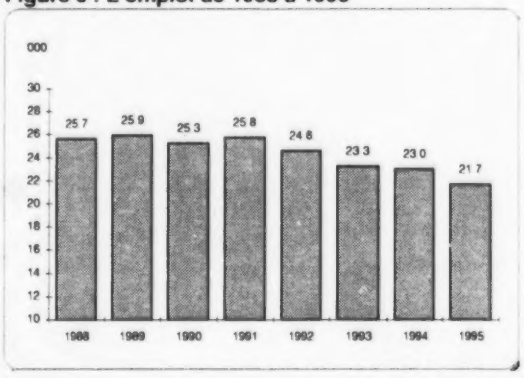
En Ontario et au Québec, les contingents attribués aux établissements ou les ententes d'approvisionnement s'appliquent surtout au lait nécessaire à la fabrication de fromage, mais aussi de beurre, de poudre de lait, de lait condensé et évaporé et, dans les cas où il faut du lait ou de la crème fraîche, de la crème glacée. Dans certaines provinces, notamment l'Ontario et le Québec, les usines fabriquant ces produits ne peuvent fonctionner sans détenir un tel contingent. Les lignes directrices administratives sur les contingents attribués aux établissements sont négociées entre les autorités provinciales chargées de la mise en marché du lait et les transformateurs.

L'incidence des contingents attribués aux établissements ou les ententes d'approvisionnement est la suivante : quand il survient une pénurie, les usines rivales ne peuvent soumissionner pour obtenir du lait. Étant donné que les disponibilités de lait frais vont en premier aux établissements transformant du lait de consommation, il peut arriver qu'une vigueur imprévue de la demande à la consommation de lait nature fasse que les usines traitant du lait industriel disposent de moins de lait.

Emploi

Le nombre d'emplois diminue lentement à mesure que les investissements et l'automatisation des usines s'accroissent. Ainsi, dans le secteur de la transformation du lait, il est passé de 25 658 en 1988 à 21 728 en 1995 (figure 3). Depuis 1991, cette régression, qui a été supérieure à celle de l'ensemble du secteur de la transformation des aliments, tient à la restructuration qui s'est déroulée chez les transformateurs de lait. Des baisses analogues du nombre d'emplois se produisent dans le secteur américain de la transformation du lait : moins d'emplois et d'établissements, mais grossissement de ces derniers.

Figure 3 : L'emploi de 1988 à 1995

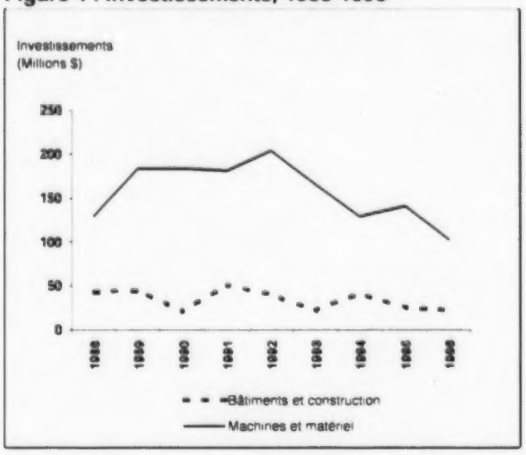


Autant au Canada qu'aux États-Unis, la diminution du nombre d'emplois s'explique surtout par le désir des entreprises d'accroître la productivité par travailleur grâce à d'importants investissements dans les établissements et le matériel et par la stabilisation de la demande sur les marchés intérieurs dans les deux pays.

Investissements

La rationalisation du nombre d'entreprises et d'usines s'est accompagnée de nouveaux investissements au début des années 1990 qui ont été les plus élevés de tous les gros secteurs de l'industrie de la transformation des aliments. Entre 1990 et 1996, les mises de fond dans de nouvelles installations et dans du matériel de production de pointe et les réparations sont évaluées à 1,3 milliard de dollars (figure 4). Les établissements sont maintenant plus gros et plus efficaces et leurs opérations de transformation et d'emballage sont plus automatisées.

Figure 4 : Investissements, 1988-1996



Les analyses comparatives menées sur la crème glacée en 1995 et sur le fromage en 1996 ont révélé que les coûts de production (taxes et impôts, main-d'oeuvre, intérêts, énergie) d'ingrédients non laitiers au Canada avoisinent ceux qui ont cours aux États-Unis dans des établissements de taille semblable. Elles indiquent par ailleurs que le Canada est généralement un endroit attrayant, comparativement aux États-Unis, pour y investir dans des usines laitières de pointe.

Rentabilité

Tout indique que les profits varient selon les régions et les gammes de produits. La concurrence semble la plus féroce sur les marchés clés du centre du pays, surtout en Ontario, province qui compte le plus grand nombre d'entreprises. Dans cette province, il semble que les produits les plus difficiles à rentabiliser soient le lait de consommation et la crème glacée. À l'instar de tous les autres segments de l'industrie des aliments et des boissons, les stratégies des marques maison qui visent à créer des marques de distributeur à faible marge bénéficiaire pour concurrencer les marques habituelles, ont une incidence sur les profits.

En 1996-1997, la concurrence qu'on se livre sur le marché du centre du Canada a incité les gros transformateurs à concentrer leurs activités principales ou à se repositionner en vue d'améliorer leurs perspectives de profits. Les marques de lait de consommation et de crème glacée en Ontario et au Québec et les opérations les concernant ont été au centre de la redistribution des actifs entre les grosses coopératives, les entreprises canadiennes et les multinationales étrangères installées dans ces deux provinces et dans l'Ouest du Canada.

Performance commerciale

Le Canada n'est pas un intervenant de taille sur les marchés étrangers, car il n'exporte que de 3 à 4 p. 100 de sa production. Ce pourcentage est voisin de celui qui a cours aux États-Unis dont le secteur, à l'exemple de celui du Canada, a toujours été tourné vers le marché intérieur. Ces dernières années, les exportations et les importations ont été à peu près en équilibre, les premières dépassant légèrement les secondes de 1988 à 1991. Entre 1992 et 1995, la situation s'est inversée, les importations étant à leur tour quelque peu supérieures aux exportations. Toutefois, en 1995 et 1996, les exportations canadiennes ont été sans précédent, car la fermeté des prix mondiaux a donné au Canada l'occasion d'accroître ses ventes à l'étranger. La vigueur des marchés extérieurs a produit une balance commerciale légèrement excédentaire en 1996. Toutefois, à la fin de cette année-là, les prix internationaux du beurre et de la poudre ont dégringolé. Le défi sera de soutenir le taux de croissance des exportations de produits laitiers enregistré au cours des deux dernières années (20 à 30 p. 100) ne devrait pouvoir se maintenir à court terme. Les possibilités de croissance pour les exportations se limitent surtout

aux nouveaux produits ou à des créneaux particuliers. Il faudra déployer des efforts pour explorer ces possibilités.

Dans le cadre des dispositions sur la fixation des prix du lait de classe 5 qu'administre la CCL, les transformateurs de second cycle ont accès à des ingrédients laitiers (beurre, fromage, poudre de lait) à des prix internationaux, ce qui permet aux fabricants canadiens de pizza congelée et de produits de boulangerie et de confiserie de préparer et vendre leurs produits à des prix concurrentiels sur les marchés intérieurs et extérieurs. Pour les transformateurs de second cycle qui préparent des produits finis dont la teneur en ingrédients laitiers est élevée et qui ne peuvent plus bénéficier d'une bonne protection contre les importations, les ententes de prix pour le lait de classe 5 jouent un rôle important dans le maintien d'activités de transformation plus poussée au Canada. Au cours de la campagne laitière 1996-1997, les transformateurs de second cycle ont absorbé 7,8 p. 100 de la production laitière totale dans le cadre de leurs permis de classe 5.

Le Programme optionnel d'exportation (POE), qui a été lancé lors de la campagne laitière de 1995-1996, avait pour objectif de favoriser la production laitière qui pourrait servir précisément à fabriquer des produits laitiers destinés à l'exportation. La première année de sa mise en oeuvre, on s'est peu prévalu du POE, mais le Programme commence à susciter davantage d'intérêt sur la scène nationale. On pourrait y avoir davantage recours à l'avenir.

Technologie et innovation

Sur le marché canadien, on considère que le développement des produits, les innovations en matière d'emballage et l'amélioration des méthodes de transformation revêtent une importance critique pour l'accroissement des ventes et la réduction des coûts de production. Même si seulement un gros transformateur exploite d'importantes installations de recherche et de développement, il est courant que les transformateurs, les universités et les stations de recherches d'Agriculture et Agroalimentaire Canada forment des coentreprises; c'est notamment le cas du Centre de recherches et de développement sur les aliments de Saint-Hyacinthe (Québec). Le gros de la recherche au Canada consiste en des activités de création de produits et d'amélioration des techniques de transformation, mais on suit également de près les activités de recherche menées à l'étranger.

L'établissement d'une catégorie de lait microfiltré qui commande le prix fort illustre éloquemment les efforts d'innovation du secteur. À l'instar des autres secteurs du circuit alimentaire, il y a quatre facteurs qui dictent le développement des produits : le côté sanitaire, le prix, la qualité et le goût. L'un des soucis principaux du développement des produits laitiers en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest est de satisfaire les consommateurs qui désirent des produits faibles en gras dont le « goût reste riche ».

Les transformateurs dans certains pays évaluent les ramifications réglementaires (notamment les répercussions au chapitre des normes des produits) et le potentiel commercial des produits enrichis, afin de repositionner leurs produits de lait écrémé en les « blanchissant », en créant des beurres plus facilement tartinables ou en expérimentant de nouveaux additifs qui remplaceront la matière grasse du lait. L'étude et la caractérisation des propriétés des constituants du lait pour des applications alimentaires et non alimentaires font également partie des priorités de recherche, tout comme l'examen du potentiel d'« aliment fonctionnel » que recèlent les constituants du lait ou les produits laitiers. (On entend par aliment fonctionnel un produit consommé dans le cadre d'un régime normal qui a démontré des avantages physiologiques ou qui permet de réduire le risque de maladie chronique.)

Le secteur emboîte le pas à d'autres fabricants d'aliments en s'associant avec des entreprises de conditionnement en vue de créer des emballages plus imaginatifs qui feront appel à un graphisme amélioré et serviront d'outil de vente pour élargir sa part du marché. En plus de répondre à des besoins particuliers du marché de détail et de la restauration, le secteur laitier doit respecter un large éventail d'exigences d'emballage.

Deux facteurs incitent le secteur à innover en matière d'emballage : les exigences qu'il doit respecter dans ce domaine et les considérations liées au recyclage écologique. L'emballage des

produits laitiers a également tiré profit des importantes innovations dans ce domaine, notamment des sachets en plastique pour le lait de consommation et les contenants en matériau allégé qui peuvent être thermoformés ou moulés par injection pour les yogourts.

ENJEUX ET POSSIBILITÉS – VERS LE PROCHAIN SIÈCLE

Possibilités sur le marché intérieur

Le marché intérieur est le principal débouché dont dispose le secteur pour ses produits laitiers et il continuera d'en être ainsi. Malheureusement, le marché de détail des produits laitiers traditionnels au Canada semble se stabiliser. À quelques exceptions près, la croissance générale des ventes au détail pourrait être lente si l'on en juge par la performance actuelle.

Il risque d'être ardu de renverser la demande au détail des produits laitiers, car les perspectives de consommation évoluent. Les consommateurs sont de plus en plus conscients des aspects de leur alimentation liés à la santé et exigent davantage de commodité et de variété. Le secteur a peut-être un potentiel de croissance sur le marché de détail des produits laitiers s'il cherche surtout à satisfaire les besoins des consommateurs. Les transformateurs et les producteurs doivent être plus proactifs dans leurs efforts de commercialisation. On entend par là qu'ils doivent continuer d'investir en innovation, en emballage, en co-marquage et en nouvelles utilisations de produits laitiers. En outre, il leur faudra se pencher sur les circuits de distribution moins développés, par exemple les écoles, les machines distributrices, les dépanneurs et les repas cuisinés.

Certaines des meilleures possibilités sur le marché intérieur se trouvent du côté de la restauration et de l'approvisionnement des transformateurs de second cycle en ingrédients laitiers. Les marchés intérieurs et extérieurs recèlent de bonnes possibilités pour les produits laitiers comme ingrédients entrant dans la préparation de produits élaborés comme les produits de boulangerie, la pizza, la confiserie, les aliments pour animaux (p. ex. les aliments d'allaitement) et les produits nutraceutiques.

Le marché des ingrédients laitiers est un débouché prospère mais exigeant, car les transformateurs de second cycle, qui sont technologiquement avancés et attentifs aux coûts, formulent des exigences techniques particulières pour les ingrédients qu'ils désirent acheter à prix concurrentiels afin de réaliser leurs objectifs sur les marchés intérieurs et extérieurs. Pour tirer parti du potentiel commercial des ingrédients laitiers, il faudra continuer de trouver des façons de faire de nouvelles affaires dans ce secteur.

Possibilités sur les marchés internationaux

Pour le secteur de la transformation des aliments, les États-Unis sont le principal débouché extérieur du Canada. Malheureusement, du côté des produits laitiers, les possibilités d'exportation vers nos voisins du sud sont limitées, car il est peu probable, dans un avenir prévisible, que les États-Unis modifient leurs politiques restrictives d'importation de produits laitiers. En outre, les multinationales qui ont la mainmise sur une grande partie de la production canadienne de crème glacée et de desserts congelés disposent déjà de gros établissements aux États-Unis où ils préparent des produits analogues pour le marché américain.

Il existe toutefois des possibilités sur les marchés d'outre-mer pour des produits laitiers finis comme le fromage et pour des produits intermédiaires comme des concentrés protéiques de lactosérum. En outre, les débouchés s'améliorent en Amérique latine et en Asie, où les secteurs laitiers sont moins développés et où la montée des revenus stimule la demande de produits laitiers.

De concert avec les intervenants du secteur, on est en voie d'élaborer une stratégie laitière qui visera à accroître les exportations de produits laitiers, particulièrement de produits à valeur ajoutée comme la crème glacée et le fromage, sur ces marchés potentiels. Le défi consiste à utiliser la structure décisionnelle actuelle du secteur en vue de mettre les intervenants au courant des possibilités d'exportation sur ces marchés et d'encourager le secteur à créer des produits qui pourront y être écoulés.

Pour tirer profit des possibilités de croissance des marchés d'outre-mer, les entreprises canadiennes

auront intérêt à s'engager à investir dans la production locale, dans certains cas en s'associant à un partenaire local ou à une multinationale.

Pour certaines des grosses entreprises canadiennes, il y a peut-être des possibilités de vendre de la technologie brevetée ou de passer des contrats de concession de licence avec des entreprises internationales dans les domaines dans lesquels elles se démarquent, par exemple la mise au point de produits, les ingrédients, les méthodes de transformation laitière et le matériel.

Il se peut qu'à long terme, l'UE réduise ses subventions à l'exportation et devienne donc moins concurrentielle en raison de la conclusion de nouvelles ententes commerciales, de changements à ses priorités budgétaires ou d'autres modifications apportées à sa politique agricole. Il est également possible que de nouvelles voies s'ouvrent aux exportations par suite de l'intensification de la libéralisation des échanges commerciaux qui pourrait découler de la prochaine série de négociations commerciales en agriculture de l'OMC qui débutera en 1999.

ENJEUX

Changements structurels sur la scène mondiale

La forte protection dont bénéficient encore les secteurs laitiers intérieurs à l'échelle mondiale, notamment au Canada, a beaucoup contribué à mettre le secteur de la transformation laitière à l'abri de la concurrence internationale, réalité à laquelle d'autres secteurs de l'industrie canadienne de la transformation des aliments ont dû faire face au cours des dernières années. Depuis le 1er janvier 1998, aucun tarif douanier ne frappe les produits alimentaires que s'échangent le Canada et les États-Unis, à l'exception de ceux visés par les CT (contingents tarifaires).

L'Accord de l'OMC (Uruguay Round), qui a couronné la dernière série de pourparlers commerciaux multilatéraux, exigeait des pays qu'ils réduisent leurs niveaux de soutien intérieur et leurs subventions à l'exportation et qu'ils remplacent les autres types de restrictions à l'importation par des CT. Même si tous les pays modifient leurs politiques de façon à se conformer aux nouvelles règles de l'OMC concernant les subventions et le soutien intérieur, le secteur laitier du Japon, de l'UE, du Canada et des États-Unis demeure en grande partie protégé de la concurrence venant des importations.

Par le truchement de leur *Farm Bill* de 1996, les États-Unis ont fait un grand pas pour déréglementer progressivement leur secteur laitier, malgré le maintien d'importantes restrictions à l'importation. Toutefois, la plupart des programmes de soutien intérieur dans ce secteur seront disparus en l'an 2000.

Tout en réduisant leurs mesures de soutien intérieur, les États-Unis semblent avoir décidé que la meilleure façon de maintenir les prix du lait à la production était d'encourager les transformateurs et les exportateurs laitiers à prospecter énergiquement des débouchés à l'exportation. Le secteur laitier américain continue de bénéficier du Programme fédéral des stimulants à l'exportation des produits laitiers (*Dairy Export Incentive Program*). Pour favoriser les exportations laitières, le secteur et le gouvernement ont uni leurs efforts et aidé financièrement le *U.S. Dairy Export Council* à chercher des débouchés à l'étranger et à régler les problèmes techniques du secteur liés à l'exportation.
L'UE, qui effectue près de la moitié de l'ensemble des exportations mondiales de produits laitiers, devrait rester un intervenant de taille sur les marchés extérieurs de ces produits d'ici à la fin de la présente décennie, tout comme l'Australie et la Nouvelle-Zélande qui exportent respectivement 60 et 85 p. 100 de leur production nationale. Outre les engagements qu'ils ont contractés envers l'OMC, il est peu probable que le Japon et l'UE prennent d'importantes mesures pour déréglementer ou réduire les niveaux de soutien et les subventions dans leur secteur laitier avant le dénouement de la prochaine série de négociations commerciales multilatérales.

Pour ce qui est du Canada, son programme de soutien intérieur (paiement fédéral direct) est en voie d'être éliminé; il prendra fin le 1er février 2002. Le Canada a réussi à préserver les éléments de base de son régime de gestion de l'offre à l'issue des négociations de l'OMC et de l'ALENA. En 1996, un groupe spécial de règlement des

différends formé dans le cadre de l'ALENA a donné unanimement raison au Canada d'appliquer son système de CT aux importations de produits laitiers en provenance des États-Unis.

Le secteur canadien est pleinement conscient du fait qu'il n'est pas facile de tirer avantage des possibilités d'exportation, mais se dit intéressé à étudier plus attentivement certaines possibilités, particulièrement celles qu'offrent les pays en développement où les revenus sont en hausse et le secteur laitier, sous-développé. Si les intervenants du secteur réussissent dans leur projet, les exportations devraient s'accroître et la balance commerciale dans le domaine laitier, afficher une certaine amélioration.

Réglementation et technologie

Depuis 1995, dans le cadre de son régime de gestion de l'offre, le secteur laitier canadien a apporté un certain nombre de changements à ses programmes et politiques. Citons à titre d'exemples l'élimination des paiements sur les exportations de produits laitiers financées au moyen de prélèvements à la production, les ententes de mise en commun, l'échange de contingents entre les provinces, le Programme optionnel d'exportation et un nouveau programme d'élimination des excédents.

La structure nationale de la gestion de l'offre du lait continue d'agir directement sur la compétitivité du secteur de la transformation. Même si les prix à la production du lait sont plus élevés au Canada qu'aux États-Unis, on doit continuer d'examiner la possibilité d'améliorer ou de peaufiner les ententes de gestion de l'offre de façon à rendre le système le plus efficace et le plus réceptif possible aux besoins du marché tout en assurant des revenus stables et suffisants aux producteurs.

Il faudra adopter un cadre réglementaire souple si l'on veut que le secteur relève ce type de défi en plus des enjeux que les progrès technologiques pourraient susciter sous la forme de nouveaux procédés de production et de nouveaux produits.

Les innovations technologiques ont joué un rôle de premier plan dans les progrès qu'a réalisés le secteur en vue de réduire ses coûts et d'accroître sa productivité au Canada. Au niveau de la production, les rendements en lait par vache ont augmenté, les exploitations ont grossi et les producteurs ont perfectionné leurs compétences en conduite des troupeaux laitiers et créé du matériel génétique de calibre mondial. Au niveau de la transformation, on a assisté à une importante rationalisation : diminution du nombre des entreprises, réduction du nombre de leurs établissements, mais grossissement de ces derniers et amélioration de leur efficacité. L'accélération de la cadence des fusions et des acquisitions dans les années 1990 s'est accompagnée d'investissements dans les domaines de la mise au point de produits, des technologies de production et de l'innovation en emballage, les transformateurs cherchant par là à améliorer leur productivité et leurs ventes.

La réceptivité aux progrès technologiques continuera de jouer un rôle prépondérant dans la capacité du secteur de répondre à la demande de nouveaux produits de consommation (p. ex. les produits à faible teneur en gras) et dans sa réussite globale sur les marchés intérieurs et mondiaux. Il sera essentiel que tous les segments du circuit alimentaire collaborent étroitement pour que ces changements se produisent en douceur, surtout si à long terme le secteur se retrouve sur le marché international et fait face à une pression plus grande de la part des importations. Dans un tel contexte, le secteur devra continuer à augmenter ses investissements dans des domaines comme le développement des produits et à accroître l'efficience de ses établissements en les modernisant et en les améliorant.

Les progrès de la recherche en développement des produits, en technologie de la production, en emballage et en respect de l'environnement recèlent à la fois des menaces et des possibilités pour les produits laitiers classiques. De nouveaux arômes et d'autres ingrédients peuvent ainsi se retrouver dans une gamme de jus, de boissons à base de jus, de vins panachés, de boissons pour sportifs, etc., qui rivalisent avec le lait ou les produits laitiers.

Les progrès techniques peuvent autant élargir que menacer la part du marché détenue par les produits laitiers traditionnels. Il conviendrait à l'avenir de repenser les produits laitiers de façon à les rendre plus concurrentiels avec les succédanés

non laitiers. Citons à titre d'exemples l'ajout de protéines au fromage de façon à en faire un meilleur succédané de la viande, ou l'utilisation des protéines tirées du lactosérum. Ces travaux pourraient aboutir à la mise au point de laits artificiels pour nourrissons qui ressembleraient davantage au lait maternel qu'au lait de vache. Par ailleurs, les boissons de soja et les produits à base d'oléagineux pourraient devenir de plus sérieux rivaux des produits laitiers.

CONCLUSION

Grâce à la protection importante que lui procure le régime d'importation, le secteur de la transformation du lait au Canada comble de 96 à 97 p. 100 des besoins du marché intérieur. Le secteur a grossi, est devenu très autonome et est capable de servir les principales composantes de son marché intérieur. Ses produits sont de qualité analogue ou supérieure à ce que l'on trouve ailleurs dans le monde. Sur le marché intérieur, les transformateurs ont été actifs et ont mis au point des produits innovateurs qui offrent aux consommateurs davantage de choix et cherchent à répondre aux besoins croissants des transformateurs de second cycle et des restaurateurs.

Les produits laitiers ont en outre l'énorme avantage d'être nutritifs. On devra mettre en valeur cet atout dans les campagnes de mise en marché en rappelant aux consommateurs que les produits laitiers sont bons pour la santé; cela aura peut-être pour effet de stimuler un marché de détail intérieur qui a une lente croissance. Pour préserver son marché de détail, le secteur devra faire preuve de dynamisme dans sa mise au point de nouveaux produits et de nouveaux emballages et dans son évaluation de nouveaux circuits de distribution comme les machines distributrices.

Les établissements les moins efficaces ont été fermés et les entreprises ont investi dans les usines restantes en vue d'y accroître la productivité. Les gros établissements, avec leurs économies d'échelle, sont mieux positionnés pour tirer meilleur parti des améliorations de la productivité rendues possibles par les innovations technologiques.

Comme dans les autres secteurs de l'industrie des aliments et des boissons, les multinationales ont commencé à jouer un rôle de plus en plus important en transformation du lait. Elles entrevoient des possibilités sur le marché intérieur, car elles ont considérablement accru leurs investissements au Canada depuis la fin de 1995. On s'attend à ce que les entreprises étrangères injectent dans le secteur de nouveaux fonds, de la technologie et des idées de produits et lui apportent une dimension internationale.

À long terme, les CT auront probablement été le point de départ d'une libéralisation des échanges de produits laitiers qui surviendra au cours de la prochaine décennie. Pour accroître sa production, le secteur devra être attentif aux besoins des diverses composantes du marché intérieur (détail, restauration et transformation de second cycle) et les combler au meilleur de sa capacité; par ailleurs, les producteurs, les transformateurs et les exportateurs doivent se concerter pour explorer les possibilités qu'offrent les marchés extérieurs concurrentiels.

ASSOCIATION

Conseil national de l'industrie laitière du Canada
221, avenue Laurier est
Ottawa (Ont.) K1N 6P1

Tél. : (613) 238-4116
Téléc. : (613) 238-6247
Courrier électronique : info@ndcc.ca

PERSONNES-RESSOURCES À AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA

Earl New
Bureau des aliments
Tél. : (613) 759-7511
Téléc. : (613) 759-7480
Courrier électronique : newe@em.agr.ca

Pierre Doyle
Direction des services à l'industrie agricole
Section du lait
2200, chemin Walkley
Ottawa (Ont.) K1A 0C5

Tél. : (613) 957-7078
Téléc. : (613) 957-9073
Courrier électronique : doylep@e.agr.ca

Le secteur canadien de la tranformation du lait

SIC 1041/1049 - 1988-96

STATISTIQUES PRINCIPALES[a]	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**96/88*** %	**96/91*** %
Établissements	384	372	339	316	308	291	278	270	..	-25,8	-14,6
Emplois[b]	25 658	25 920	25 328	25 781	24 614	23 318	22 985	21 728	..	-15,3	-15,7
Expéditions (M$)	7 151,5	7 348,8	7 530,7	7 576,4	7 461,9	7 319,0	7 412,9	7 795,5	7 498,2	4,8	-1,1
Expéditions (M$ constants de 1986)	6 716,9	6 673,0	6 618,1	6 402,0	6 139,5	5 966,3	5 888,8	6 067,5	5 660,3	-15,4	-11,3
PIB (M$ constants de 1986)[d]	1 582,0	1 553,5	1 577,3	1 497,4	1 418,9	1 404,8	1 425,4	1 414,1	1 376,2	-13,0	-8,1
Investissement ($M)[i]											
Bâtiments et construction	44,1	45,6	20,4	50,8	40,4	22,6	41,2	26,7	22,9	-48,0	-54,9
Machines et équipment	128,4	183,3	183,4	180,9	204,0	165,5	129,0	140,2	99,9	-22,2	-44,8
Valeur ajoutée (M$)	2 038,5	2 156,0	2 473,2	2 497,5	2 222,1	2 091,0	2 176,1	1 974,4	..	-3,1	-20,9
Valeur ajoutée (M$ constants de 1986)[c]	1 914,9	1 958,5	2 177,0	2 116,5	1 830,4	1 703,5	1 730,4	1 530,3	..	-20,1	-27,7
Valeur ajoutée/ employé (M$)	0,08	0,08	0,10	0,10	0,09	0,09	0,09	0,09	..	14,4	-6,2
Valeur ajoutée en % des expéditions (%)	28,5	29,3	32,8	33,0	29,8	28,6	29,4	25,3	..		
Rapport de concentration (%)											
4 plus grandes entreprises	47,7	50,3	55,7	57,0	56,6	..	..	..	..		
8 plus grandes entreprises	66,0	67,4	71,4	76,7	75,3	..	..	..	..		
STATISTIQUES COMMERCIALES[e]											
Mondiales											
Exportations (M$)	200,4	195,3	202,2	203,3	207,4	177,4	204,1	268,3	386,3	92,7	90,0
Exportations (M$ constants de 1986)[c]	189,5	179,3	179,7	174,5	173,9	146,9	165,1	213,8	292,7	54,5	67,7
Expéditions intérieures(M$)[e]	6 951,0	7 153,5	7 326,4	7 373,1	7 254,5	7 141,6	7 208,8	7 527,2	7 109,9	2,3	-3,6
Exportations (en % des expéditions)	2,8	2,7	2,7	2,7	2,8	2,4	2,8	3,4	5,2		
Importations (M$)	162,0	155,7	164,3	168,3	221,5	247,5	286,2	310,4	343,8	112,2	104,3
Importations (M $ constants de 1986)[c]	67,8	60,6	53,5	46,5	73,0	100,8	150,8	185,9	187,1	176,0	302,4
Marché canadiens (M$)[f]	7 113,0	7 309,2	7 492,8	7 541,4	7 476,0	7 389,0	7 497,0	7 837,6	7 453,7	4,8	-1,2
Importations (% du marché canadien)	2,3	2,1	2,2	2,2	3,0	3,3	3,8	4,0	4,6		
Balance of commerciale (M$)	39	40	38	35	-14	-70	-84	-42	43		
Balance commerciale (M$ constant de 1986)	122	119	126	128	101	46	14	28	106		
Avec les États-Unis											
Exportations (M$)	22,8	26,1	31,5	35,2	32,9	40,3	48,4	58,8	86,3	277,9	145,1
Importationss (M$)	25,5	22,5	26,9	37,3	75,6	87,3	118,2	135,7	148,1	481,2	297,4
Balance commerciale (M$)	-3	4	5	-2	-43	-47	-70	-77	-62		

[a] Statistics Canada (CANSIM).
[b] Census of Manufacturers
[c] Real $ calculated using corresponding sector's IPPI.
[d] Shipments minus exports.
[e] Domestic shipments plus imports.
[f] most recent data used when available

Les rapports suivants sont publiés par le Bureau des aliments :

Analyses de l'industrie de la transformation des aliments et des boissons

- Le secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons - Un survol des perspectives et des défis à l'aube du XXIe siècle
- Perspective historique du secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons
- Analyse de la structure de l'agro-industrie canadienne

Profils des secteurs

- Industrie canadienne de la panification et de la boulangerie
- Industrie canadienne de la confiserie
- Industrie vinicole canadienne
- Industrie canadienne de la distillation
- Le secteur canadien de la transformation du lait
- Industrie canadienne de la transformation des viandes rouges
- Industrie canadienne des aliments pour animaux
- Industrie canadienne de la transformation de volaille
- *Industrie canadienne de la transformation des fruits et légumes* *
- *Industrie canadienne du raffinage de la cane à sucre et de la betterave sucrière* *
- *Industrie meunière canadienne et produits annexes* *
- *Industrie brassicole canadienne* *
- *Industrie canadienne du soda et de l'eau embouteillée* *
- *Industrie canadienne des amuse-gueule* *
- *Fabrication canadienne de fabrication d'huiles végétales* *
- *Industrie canadienne d'aliments variés* *

* *Les titres marqués d'un astérisque seront publiés à l'été 1998. On pourra aussi se les procurer au site internet http://www.agr.ca.*

Profils régionaux

- Les provinces de l'Atlantique
- Québec
- Ontario
- Manitoba
- Saskatchewan
- Alberta
- Colombie-Britannique

On peut obtenir les mises à jour des statistiques en consultant la version électroniques des documents placées sur ACEIS à l'adresse http://www.agr.ca.

Nous recevrons avec plaisir toute opinion, remarque ou suggestions qui pourrait contribuer à améliorer le contenu des rapports. Pour obtenir de plus amples renseignements ou nous faire part de vos commentaires, veuillez communiquer avec nous :
Bureau de aliments, pièce 501, Édifice John Carling, Ottawa (Ontario), K1A 0C5, (613) 759-7556.

These reports are also available in English.